INNOVATIONS

NUMERO 01 | 2013

DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE

Toute la liberté du sans fil :
avec **Surflink Mobile**,
communiquez en toute liberté !

GROS PLAN SUR LA TECHNOLOGIE STARKEY

Tri-Series, plus simple, plus intelligent

BUSINESS INTELLIGENCE

Développer la relation client grâce
aux **réseaux sociaux**

UN NOUVEAU LIEN !

Vibrations, notre newsletter trimestrielle était un lien entre Starkey et vous, professionnels de l'audition. Nous avons le plaisir de vous présenter Innovations, un grand rendez-vous semestriel. En effet, dans ce magazine, vous trouverez non seulement de nombreux articles concernant Starkey, les prochains lancements, les dernières innovations, mais aussi des articles scientifiques signés par de grands spécialistes américains du monde de l'audition (ou de la sphère auditive).

Vous le savez, notre objectif permanent est d'innover ! Autrement dit, nous nous devons d'apporter des solutions aux problèmes spécifiques des malentendants. Notre R&D y travaille chaque jour.

Côté innovation et développements technologiques, 2013 sera encore une grande année !

Dès le 15 avril, Starkey lance une solution pour les patients acouphéniques avec une première mondiale : une interface qui implique le patient dans la recherche du signal qui va le soulager. Les résultats des premiers essais cliniques, seront publiés rapidement comme c'est le cas pour tous nos nouveaux dispositifs.

Autre solution nouvelle pour nos clients, celle des microphones directionnels. Nous travaillons à apporter des solutions nouvelles dans ce domaine avec, encore, une amélioration sensible de l'index de directivité.

Nous allons également vous proposer des innovations dans le domaine des accumulateurs dont la capacité et la durée de vie actuelle n'est pas satisfaisante pour les utilisateurs d'aides auditives. Nos solutions vont permettre de lever certains de ces freins et d'offrir ainsi à nos clients des solutions simples et économiques.

Dans le domaine de la connectivité, nous cherchons, et cela depuis des décennies, le moyen de rendre les aides auditives « plus glamour ». Si les opticiens ont réussi ce pari en introduisant les notions de mode et de design dans le marché de l'optique, nous sommes, grâce aux capacités de connectivité que nous allons développer avec nos produits futurs, sur une piste… Les futures aides auditives bénéficieront d'une connexion directe « sans fil » avec les différents moyens de communication ainsi qu'avec les nombreuses applications développées pour les Smartphones. L'utilisateur de ces nouvelles générations d'aides auditives aura toute sa communication audio qui se fera en toute discrétion au creux de son oreille ! De quoi rendre l'utilisation des tels dispositifs « plus sexy » !

Enfin, nous savons que le challenge pour un futur proche, sera de trouver un compromis entre la puissance toujours croissante des algorithmes et une durée de vie de la pile « raisonnable » pour l'utilisateur. L'architecture des nouvelles plateformes numériques va nous permettre d'atteindre ce double objectif particulièrement ambitieux.

Tous ces domaines ne sont pas exhaustifs, bien sûr, et Starkey continue son travail engagé dans la recherche de solutions innovantes afin d'apporter de la valeur ajoutée dans le monde de l'audiologie. C'est ce qu'Innovations raconte.

Thierry DAUDIGNON

Directeur de la publication d'Innovations
Directeur Général de Starkey France

SOMMAIRE

10 DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE
Toute la liberté du sans fil
Avec SurfLink® Mobile, communiquez en toute liberté !

06 GROS PLAN SUR LA TECHNOLOGIE
3 Series, plus simple, plus intelligent
Starkey Hearing Technologies complète sa gamme sans-fil avec de nouvelles solutions.

14 A L'ÉCOUTE DES UTILISATEURS
Les IHM et L'Industrie des aides auditives

10

18 NOUVEAUTÉS
Tout sur les produits Starkey et inspire 2013

22 BUSINESS INTELLIGENCE
Développer la relation client grâce aux réseaux sociaux

26 FONDATION STARKEY
Ouganda : quand entendre reprend tout son sens !

INNOVATIONS

Directeur de la Publication : Thierry DAUDIGNON
Comité de Rédaction : Eric Van Belleghem – Christophe Perret
Coordination : Idéus - 01 45 03 17 23
INNOVATIONS est une publication de Starkey France
Europarc - 23 Rue Claude Nicolas Ledoux
94000 Créteil - 01 49 80 74 74

28 DÉPARTS ET ARRIVÉES
Renforcement de compétences au service commercial.

29 SERVICES CLIENT
Offrir un service professionnel en moins de 72 heures

30 SERVICE TECHNIQUE
Nouvelle organisation et améliorations techniques

32 EMBOUTS EN 3 D
Les embouts sont fabriqués désormais en stéréo lithographie : une révolution technologique

34 MÉDECINS ORL
Starkey à la rencontre des oto-rhinolaryngologistes.

26

36 GUY ROUX
Communiquer pour expliquer

38 ACTUS & BREVES
L'acouphène par Harvey B. Abrams, le responsable de la recherche audiologique chez Starkey

39 LAS VEGAS
Hearing Innovation Expo, un événement d'exception.

40 WASHINGTON
Le AA0 en capitale.

41 ÉTUDE GALLILÉO
Le tandem audioprothésiste-orl en question

3 series™

PLUS SIMPLE, PLUS INTELLIGENT

En 2012, Starkey Hearing Technologies complète sa gamme sans-fil avec de nouvelles solutions.
par Aaron Schroeder, Mary MacRae et Laura Woodworth.

2008

Au printemps 2008, Starkey lançait Zön™, un micro-contour avec écouteur déporté (RIC) affichant un design résolument contemporain, décliné dans une palette de couleurs variée, doté d'un cache-micro chromé et de réglages utilisateur paramétrables. Grâce à ses performances algorithmiques inégalées, Zön a ouvert la voie aux aides auditives numériques ultra-performantes, dont la S Series®, la S Series iQ, la X Series™ et la Wi Series® (figure 1).

2011

2011 a marqué une étape supplémentaire, notamment avec l'arrivée d'une plateforme sans-fil exclusive de 900 MHz pour une programmation et un streaming audio 100% sans-fil, un traitement de signal stéréophonique ainsi qu'une synchronisation « ear to ear ».

2012-2013

En 2012 et 2013, Starkey complète sa gamme sans-fil avec de nouvelles solutions : la 3 Series, dont les évolutions majeures ont été réalisées en tenant compte de l'avis des patients et des professionnels. Parmi les nouveautés figurent les RIC 312 ainsi que de nouveaux écouteurs SnapFit, une gamme d'embouts Powerdome, le nouveau « Rocker Switch » pour des réglages utilisateurs simplifiés et une meilleure visibilité des indicateurs de côté sur les aides auditives (Droit/Gauche).

Figure 1 : (de gauche à droite)
Zön RIC 312,
Wi Series RIC 13
X Series (Xino™) RIC 10

Figure 2 : Câble et connecteur SnapFit RIC 3 Series

La 3 Series a été conçue en tenant compte de l'avis des patients et des professionnels.

Les nouveaux écouteurs SnapFit

Ils se connectent à l'aide auditive via un connecteur 6 broches. Ils sont plus petits, la partie saillante du connecteur ayant été réduite de 60 %. Grâce à l'utilisation d'un nouveau polymère, les parois sont plus fines et le diamètre du tube est inférieur de 25 %. De plus, ce nouveau matériau améliore la clarté optique et la résistance chimique, ce qui évite au boîtier de se décolorer ou de se ternir. Les écouteurs SnapFit garantissent une meilleure stabilité et une meilleure résistance aux manipulations et aux torsions (figure 2). Pensés pour durer, les écouteurs SnapFit sont pour le moment compatibles avec les technologies Tri Series mais aussi avec celles susceptibles d'émerger d'ici deux ou trois ans.

Figure 3 : Trois tailles disponibles pour les Powerdome

L'embout Powerdome

De par leur puissance et leur flexibilité, les écouteurs déportés ont généré une demande d'embouts plus dense et plus occlusifs. L'embout Powerdome est né de l'idée de conserver la facilité d'appareillage d'un RIC et d'appareiller des pertes auditives plus importantes avec le confort d'un dôme . Compatible avec les contours d'oreille (tube fin) et les écouteurs déportés, cet embout permet une adaptation instantanée et une satisfaction plus rapide grâce à sa souplesse. Il s'adapte sur les anciens et nouveaux écouteurs et tubes fins et limite les risques de larsen lors d'une adaptation avec un gain élevé.
Pour en faciliter la mise en place et le retrait, le diamètre de ce nouvel embout est légèrement plus grand en bas qu'en haut.

Cet embout occlusif est disponible en trois tailles (*figure 3*) :

Small :
8 millimètres (en haut)
10 millimètres (en bas)

Medium :
10 millimètres (en haut)
12 millimètres (en bas)

Large :
12 millimètres (en haut)
14 millimètres (en bas)

Les réglages utilisateur

L'avis des professionnels et des patients a montré que les boutons de réglage parfaits n'existaient pas. Nous avons toutefois identifié les principales attentes pour guider la conception et en tenant compte de ces exigences, un bouton de contrôle pour l'utilisateur bien conçu se doit d'offrir :
Une commande tactile facile à localiser et à manipuler pour les personnes ayant perdu leur dextérité et leur sens du touché, un ajustement du volume ainsi que des programmes faciles à manipuler.
Pour y répondre, une nouvelle commande « rocker switch » a fait son apparition. Elle offre une surface tactile émergeante sous les doigts, permet de contrôler le volume et de sélectionner les programmes pour chaque patient individuellement.

Les indicateurs de côté (Droit/Gauche)

Les professionnels et les patients ont été nombreux à plébisciter un accès facile aux indicateurs de côté sur les aides auditives (Droit/Gauche). Les deux produits de la Tri Series possèdent des indicateurs externes faciles à installer lors de l'adaptation (figure 5). Les RIC 312 sont pourvu d'un deuxième mode d'identification, à savoir des repères rouge et bleu placés sur les écouteurs.

Figure 5: : Indicateurs de côté (Droit/Gauche) du RIC 3 Series

« Starkey part à l'écoute de ses clients ».

Figure 4 : Mini Contour sans bouton-poussoir et RIC 312 avec bouton-poussoir à bascule 3 Series

Les solutions auditives complètes

La demande en aides auditives « complètes », c'est-à-dire dotées d'un maximum d'option telles que la bobine d'induction, est un phénomène mondial. Alors que certains pays stagnent en la matière, de nombreux états américains augmentent l'accès aux boucles magnétiques. Le métro londonien en est équipé dans chacun de ses wagons, à l'instar de nombreux taxis européens et new-yorkais. Le RIC 312 et les Contours Tri Series existent en trois versions : intense (i110), actif (i90) et dynamique (i70). Cependant, quel que soit le choix du patient et de l'audioprothésiste, la bobine téléphonique et la connectivité DAI seront disponibles (le tableau 1 recense les fonctions et options de tous les produits).
Fidèle à la devise « Plus qu'hier et moins que demain », Starkey part à l'écoute de ses clients. Ce qui explique aujourd'hui ces nouveautés. Demain, cela se traduira par la conception de nouvelles aides auditives, de nouveaux accessoires et des algorithmes de plus en plus performants, en particulier dans le domaine de la gestion du bruit.

Gamme de produits		Données générales				Données mécaniques							Algorithmes				Fonction sans fil*				Accessoires			Autres	
		Couleurs	Matrices	Programme	Canaux/Bandes	Boutons poussoirs	Verouillage du tiroir pile	VC utilisateur	DAI	Bobine tel. auto/ Telephone auto	Resistance humidité	Directionalité	Abaissement fréquentiel	Gestion du bruit	Gestion de l'effet larsen	Classification environnementale	Mode binaural	Synchronisation E2E	Programmation	Streaming	Surflink Mobile	Surflink Media	Télécomande de Surflink	Auto-apprentissage	Enregistrement des données
RIC 10	Xino	12	110/40 115/50 123/60 130/70	4	16, 12, 8, 6, 4	P	P	P	O	P	Hydra-Shield²	Dynamique	P	P	P	P	O	O	O	O	O	O	O	P	P
RIC 312	Wi Series X Series	12	110/40 115/5, 123/60 130/70	4	16, 12, 8, 6, 4	P	P	P	O	P	Hydra-Shield²	Dynamique	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
RIC 13	Wi Series X Series	12	110/40 115/50 123/60 130/70	4	16, 12, 8, 6, 4	P	P	P	P	P	Hydra-Shield²	Dynamique	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
RIC 312	3 Series	12	115/50 123/60 130/70	4	16, 12, 8, 6, 4	P	P	P	P	P	Hydra-Shield²	Dynamique	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
mini BTE 312	3 Series	12	126/65	4	16, 12, 8, 6, 4	P	P	P	P	P	Hydra-Shield²	Dynamique	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P

* Wi Series et 3 Series seulement

Tableau 1

À PROPOS DES AUTEURS :

Laura Woodworth : a rejoint Starkey Hearing Technologies en 1996, occupant différents postes au sein du service clients, de la formation et de la gestion des produits et a également consacré du temps à l'adaptation d'aides en milieu clinique. L. Woodworth a obtenu son master en audiologie à l'Université du Texas à Austin, puis son doctorat en audiologie à l'Université A.T. Still.

Aaron Schroeder : a intégré Starkey Hearing Technologies en 2007. Il dirige une équipe chargée de concevoir les futures aides auditives de la marque. Auparavant, il était chercheur au sein du groupe de recherche en produits cliniques. Il a obtenu son master à l'Université du Dakota du Sud et son doctorat en audiologie au centre médical de l'Université du Kansas.

Mary MacRae : travaille chez Starkey Hearing Technologies depuis 1995. Elle gère actuellement les produits, en particulier les RIC et les BTE. M. Elle a étudié à l'institut des sciences biologiques de l'Université du Minnesota, où elle a été maître auxiliaire dans le cadre du programme scientifique Martin Luther King.

Avec l'avènement des aides auditives sans fil, un nouveau champ des possibles s'est ouvert à leurs utilisateurs en matière de connectivité avec d'autres appareils électroniques sans fil.

Mes aides auditives ne se contentent plus de corriger les pertes auditives : elles permettent désormais aux patients d'interagir avec les appareils multimédias et s'inscrivent dans un style de vie sans fil.

Par Carreen Pederson

SurfLink® Mobile est le dernier né des accessoires sans fil pour aides auditives Starkey. À la fois streamer audio, micro à distance et télécommande, SurfLink Mobile tire le meilleur parti de la technologie IRIS™ afin d'envoyer le son émis par un téléphone portable ou un appareil (ex : lecteur MP3 ou ordinateur) directement dans les aides auditives. Cette communication sans fil a une portée de 2 mètres qui permet d'utiliser SurfLink Mobile dans la main, sur un bureau ou dans une poche.

SurfLink Mobile : vue d'ensemble

SurfLink Mobile est petit, plat et portatif (figure 1). Grâce à son écran couleur tactile et son interface conviviale, il offre au patient une expérience empreinte de simplicité et d'intuitivité. L'appareil, équipé d'une batterie lithium-ion rechargeable, fonctionne pour sa part à une distance pouvant aller jusqu'à 10 mètres.

SurfLink Mobile intègre deux radios 900 MHz qui communiquent sans fil avec les aides auditives, ainsi qu'une radio Bluetooth®. Cette technologie de pointe permet un streaming audio en stéréo, une communication bidirectionnelle avec un téléphone portable et une connectivité avec n'importe quel appareil audio Bluetooth. Une connectivité filaire avec les appareils audio est également possible via le port micro USB de SurfLink Mobile, dans le cas d'un streaming audio en provenance d'un ordinateur ou d'un téléviseur sans la fonction Bluetooth.

Streaming bidirectionnel avec un téléphone portable

TOUTE LA LIBERTÉ DU SANS-FIL

Avec SurfLink® Mobile, communiquez en toute liberté !

Chose inédite, SurfLink Mobile permet aux porteurs d'aides auditives Starkey d'utiliser le microphone de leurs appareils pour capter leur voix lors d'une conversation téléphonique. Il ne leur est donc plus nécessaire de porter un streamer autour du cou. Lors d'une conversation, SurfLink Mobile effectue un streaming audio en temps réel, du téléphone portable vers les aides auditives et des aides auditives vers le téléphone portable.

Malgré le niveau de sophistication de cette technologie, téléphoner avec SurfLink Mobile est d'une simplicité extrême. Le signal du portable est transmis à SurfLink Mobile via le protocole de communication Bluetooth puis converti en signal de 900 MHz, envoyé vers les aides auditives. Le signal vocal du patient est capté par les micros des aides auditives et renvoyé en 900 MHz vers SurfLink Mobile, puis dans le téléphone portable grâce via Bluetooth.

Cette technologie permet de téléphoner en mode 100% mains-libres. Dans les environnements bruyants, le patient peut pour renforcer l'intensité du signal de sa propre voix, utiliser les micros intégrés à SurfLink Mobile. Les appels entrants du téléphone portable relié, sont signifiés à l'utilisateur par un signal sonore dans ses aides auditives. L'utilisateur peut prendre ou refuser un appel à partir de SurfLink Mobile d'une simple pression sur l'écran. Il lui suffit donc de garder SurfLink Mobile à portée de main pour répondre aux appels, comme il le ferait avec son téléphone. Quant aux appels sortants, ils sont composés à partir du téléphone portable puis transitent via SurfLink Mobile.

> *" L'utilisateur peut prendre ou refuser un appel à partir de SurfLink Mobile d'une simple pression sur un bouton."*

Lors d'une conversation téléphonique, le volume du streaming audio est facilement réglable à l'aide des boutons situés sur le côté du boîtier. La communication Bluetooth entre un téléphone portable et SurfLink Mobile fonctionne à une distance pouvant aller jusqu'à 9 mètres. La communication entre SurfLink Mobile et les aides auditives fonctionne, pour sa part, à une distance pouvant aller jusqu'à 2 mètres. Pour appeler et être appelé, il suffit à l'utilisateur de tenir SurfLink Mobile dans sa main.

L'utilisateur peut prendre ou refuser un appel à partir de SurfLink Mobile d'une simple pression sur un bouton.

L'avantage du téléphone via SurfLink Mobile réside dans la bilatéralité du signal téléphonique envoyé dans les deux aides auditives. Cette bilatéralité est un plus par rapport à une utilisation unilatérale classique du téléphone.

Streaming audio unidirectionnel

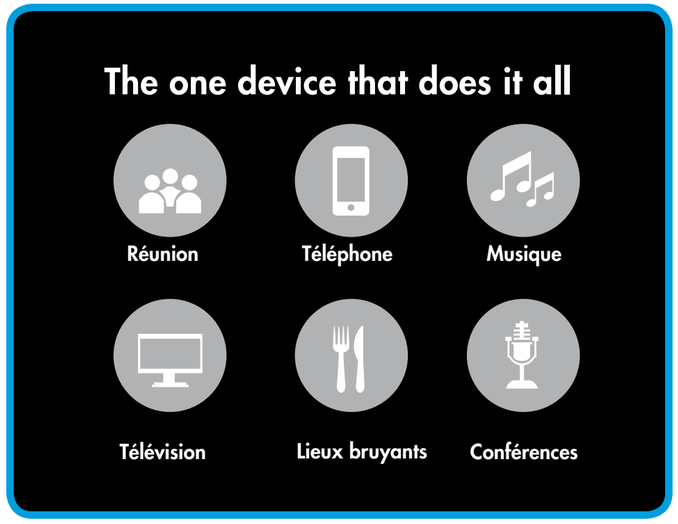
Surflink Mobile permet également un streaming audio à partir d'appareils multimédia compatibles Bluetooth. Les aides auditives agissent alors comme des écouteurs sur mesure.
À l'aide d'un micro câble, SurfLink Mobile peut être relié à n'importe quel autre appareil audio compatible et envoyer le son de cet appareil dans les aides auditives. On peut, par exemple, connecter SurfLink Mobile à un ordinateur et envoyer un podcast ou de la musique directement dans les aides auditives. Plus besoin de casques, d'écouteurs ou d'enceintes.

Fonction micro à distance

SurfLink Mobile fait également office de micro conférence ou à distance. Cette fonction améliore le rapport signal/bruit dans les environnements bruyants et évite le recours aux émetteurs FM ou au sabot « Entrée Directe Audio » DAI généralement requis. SurfLink Mobile envoie, par exemple, directement la voix de l'interlocuteur dans les deux aides auditives. Si cet interlocuteur se trouve dans un lieu bruyant, une option permet d'activer les micros directionnels (à l'inté-

“SurfLink Mobile fait également fonction de télécommande pour les aides auditives sans fil Starkey.”

Figure 1: SurfLink Mobile vue d’ensemble



rieur même de SurfLink Mobile), d’atténuer le bruit environnant et d’envoyer un signal avec un meilleur rapport S/B. En mode micro conférence et omnidirectionnel, SurfLink Mobile est disposé au milieu de la table. Dans ce cas, les sons environnants sont envoyés directement dans les deux aides auditives du patient.

Fonction télécommande

SurfLink Mobile fait également fonction de télécommande pour les aides auditives sans fil Starkey. Cette télécommande propose trois interfaces au choix, avec des réglages plus ou moins avancés selon les attentes et les besoins du patient. Grâce à sa double fonction de télécommande et de streamer, ce concentré de technologie simplifie la vie de ses utilisateurs.
Avec SurfLink Mobile, les utilisateurs peuvent facilement régler leurs aides auditives Starkey, téléphoner à leur famille en mode mains-libres et se connecter sans fil à des appareils multimédia Bluetooth. SurfLink Mobile se range dans une poche ou un sac à main. Les patients y gagnent ainsi en confort et en flexibilité, dans un monde qui tend toujours plus vers le sans fil.

Conclusion

Grâce à SurfLink Mobile, les utilisateurs peuvent facilement régler leurs aides auditives Starkey, téléphoner à leur en mode mains-libres et se connecter sans fil à des appareils multimédia Bluetooth. SurfLink Mobile se range facilement dans une poche ou un sac à main. Il repose sur la technologie IRIS et fonctionne à une distance de 2 à 10 mètres , selon le mode utilisé. Nos patients y gagnent ainsi en confort et souplesse, dans un monde qui tend toujours plus vers le sans fil.

Références

Picou, E.M. & Ricketts, T.A. (2010).
Comparison of wireless and acoustic hearing aid based telephone listening strategies. Ear and Hearing, 31(6), 1-12.

À PROPOS DE L’AUTEUR :

Carreen Pederson : audiologiste clinique et responsable des diplômés dans une clinique universitaire spécialisée dans l’audition, elle a rejoint l’équipe chargée du développement des produits Starkey en 1998. Senior Software Product Manager, elle s’occupe plus particulièrement du développement des fonctions et des accessoires des appareils auditifs sans fil. Elle est titulaire d’une licence en sciences et troubles du langage et de l’audition à l’Université de l’Iowa et d’un master en audiologie à l’Université Northwestern.

À l'écoute des utilisateurs

LES IHM ET L'INDUSTRIE DES AIDES AUDITIVES

Par Anil Shankar et Justyn Pisa.

La majorité des audioprothésistes sont des experts dans le domaine des aides auditives. Même si c'est indéniable, il faut bien reconnaitre qu'ils consacrent davantage de temps aux logiciels d'appareillage qu'aux aides auditives. Alors que l'outil informatique est de plus en plus présent dans nos vies professionnelles, nous nous devons d'être à l'avant garde dans l'adoption et l'adaptation des nouvelles technologies de l'informatique.

Les interactions homme-machine (IHM) sont un concept relativement récent dans l'industrie des aides auditives, même si leur apparition remonte à 1982 (Lazar, 2010). Les chercheurs en IHM étudient les interactions entre les utilisateurs et les machines sous toutes leurs formes, afin d'améliorer qualitativement ces interactions et l'expérience utilisateur en général.
Pour ce faire, il faut s'intéresser aux objectifs et possibilités d'un utilisateur tout en gardant à l'esprit les limites et possibilités d'une machine.

C'est cette double compétence utilisateurs/machines qui fait des IHM un champ d'études interdisciplinaire.
Pour mieux comprendre la relation entre les utilisateurs et les machines, les IHM s'appuient sur les dernières recherches en psychologie cognitive, en informatique, en intelligence artificielle, en linguistique, en philosophie, en sociologie, en anthropologie, en design, en ergonomie et facteurs humains, et en psychologie sociale et organisationnelle (Preece, 1994).

Avant tout centrées sur l'utilisateur, les IHM préconisent des interfaces graphiques en phase avec les besoins et possibilités des utilisateurs. Dans l'industrie des aides auditives, les IHM jouent un rôle clé mais sous-estimé dans la relation qu'entretient un utilisateur professionnel avec son logiciel d'appareillage.

À la pointe du progrès

Les audioprothésistes doivent constamment s'adapter à l'évolution rapide des logiciels d'appareillage motivée par l'apparition de nouvelles fonctionnalités. Cette course s'explique par les progrès technologiques, les avantages et bénéfices pour les praticiens et les patients, et les attentes de plus en plus importantes des utilisateurs.
Cependant, ces évolutions rendent les logiciels d'appareillage

" Hier, l'informatique, c'était ce que les ordinateurs étaient capables de faire. Aujourd'hui, l'informatique, c'est ce que les utilisateurs sont capables de faire " (Schneiderman, 2002)

de plus en plus complexes, et modifient la navigation, le réglage et la maîtrise des outils lors des adaptations. Est-il possible pour les professionnels de concilier le flot de logiciels avec l'exercice de leur profession dans les meilleures conditions (simplicité, satisfaction) ? Inversement, est-il possible pour Starkey d'exploiter les expériences et problèmes d'utilisation de ses clients pour développer ses prochains logiciels ? L'objectif en matière d'IHM affiché par Starkey est de décharger les audioprothésistes de l'adaptation au profit de l'interface qui doit être facile à utiliser et mieux conçue. Pour tester les améliorations apportées aux logiciels, nous nous appuyons sur un échantillon de professionnel. Cette méthode centrée sur l'utilisateur est également pratiquée par d'autres grands noms de la technologie tels qu'Apple®, Google®, Microsoft® et eBay®, qui aspirent à développer des interfaces de plus en plus facile à utiliser.

Figure 1 : écran Quick Fit avant les tests d'utilisation.

Figure 2 : écran Quick Fit après les tests d'utilisation et la modification

Tests d'utilisation

Les tests d'utilisation sont destinés à mesurer le caractère utile, intuitif et convivial d'une interface graphique (ig) (preece, 1994). Nous mesurons notamment la facilité d'utilisation de notre logiciel d'appareillage inspire® à l'aide de tests rigoureux.

Une étude a ainsi été menée pour déterminer si les icônes de l'écran QuickFit devaient afficher l'état ou le nom d'une fonction. Cette étude impliquait 16 cliniciens : six novices, quatre intermédiaires et six experts. Nous avons mesuré les niveaux d'expertise en demandant aux cliniciens de citer les neuf icônes sans mention du nom. Les experts ont obtenu six bonnes réponses, les intermédiaires quatre et les novices deux lors de ce pré-test.

Les figures 1 et 2 montrent l'écran QuickFit d'Inspire avant et après. La figure 1 montre une ancienne interface d'Inspire, qui indiquait, par des icônes le statut des réglages de plusieurs outils ou algorithmes de traitement de signal à droite de l'écran. En l'occurrence, il s'agit des résultats d'une initialisation réussie de l'annulateur de larsen PureWave et sa confirmation graphique et écrite qui s'affiche à l'écran.

La figure 2 montre un prototype avec un nom à la place du statut du réglage en face de chaque icône. Lors de notre étude, nous avons recueilli des données chiffrées, dont une note pour le délai et une note pour l'accomplissement de tâches représentatives, à l'aide des deux prototypes ci-dessus. Ces données d'utilisation ont montré que les performances des participants ayant utilisé l'écran QuickFit avec les noms plutôt que l'icône du statut était statistiquement bien meilleures. Pour mesurer la convivialité des deux prototypes, nous avons également utilisé le Desirability Tool Kit (DTK) (Benendek, 2002). Cet outil dresse une liste de mots qui synthétise rapidement l'avis des participants sur une interface. Les résultats du DTK ont montré que nos 16 participants avaient trouvé les noms affichés à l'écran : faciles à utiliser, ordonnés et clairs. Cette étude prouve que la présence des noms en face des icônes de l'écran QuickFit a facilité l'utilisation par les praticiens.

Un écran de réglage du gain amélioré

Afin d'apprécier la conception d'un nouvel écran de réglage du gain plus facile à utiliser, plusieurs études de faisabilité ont été menées sur une période de quatre mois. Ces tests répétés ont impliqué des audioprothésistes, avec ou sans expérience, utilisant le logiciel d'appareillage Inspire. Ces études, qui reprenaient la majorité des données évoquées précédemment (accomplissement des tâches, notes subjectives et DTK), ont permis de mesurer la convivialité de chaque prototype. La figure 3 montre l'évolution (basée sur des preuves) du nouvel écran de réglage du gain d'Inspire mis à jour dans la version 2013.
Grâce à ces études de faisabilité, nous avons pu mesurer, corriger et finalement intégrer les besoins d'une nouvelle architecture plus compacte, avec des réglages facilement opérables. Á l'avenir, nous continuerons à pratiquer ces tests lors de la conception de nos logiciels afin de développer des interfaces utilisateur plus conviviales et d'améliorer l'expérience des utilisateurs du logiciel inspire.

Starkey réinvente les IHM dans l'industrie des aides auditives. Plutôt que d'attendre des professionnels qu'ils s'adaptent à de nouveaux logiciels de programmation, nous préférons étudier puis analyser les besoins et adapter notre conception aux protocoles cliniques existants. Ensuite nous décidons, à partir d'éléments factuels sur l'expérience utilisateur. C'est ainsi que les améliorations apportées, suite aux tests d'utilisation, génèrent des logiciels faciles et agréables à utiliser, intuitifs et utiles. Pour citer Ben Schneiderman, éminent chercheur en IHM : « hier, l'informatique, c'était ce que les ordinateurs étaient capables de faire. Aujourd'hui, l'informatique, c'est ce que les utilisateurs sont capables d'en faire » (schneiderman, 2002). Chez starkey, l'IHM se traduit par des logiciels reconnus simples d'utilisation, qui permettent aux audioprothésistes d'accomplir leur tâche tout en bénéficiant de la meilleure expérience possible.

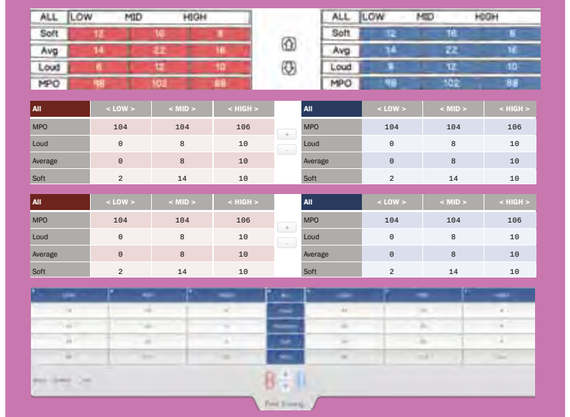


Figure 3 : études de faisabilité répétées. De haut en bas, évolution du réglage du gain grâce aux données recueillies.

Références

Benendek, T.M. (2002). Measuring Desirability: New methods for evaluating Desirability in a Usability Lab Setting. Redmond, WA: Microsoft.

Lazar, J.H. (2010). Research Methods in Human-Computer Interaction. West Sussex, United Kingdom: Wiley.

Preece, Y.R. (1994). Human-Computer Interaction. New York, NY: Addison-Wesley.

Schneiderman, B. (2002). Leonardo's Laptop: Human Needs and the New Computing Technologies. Cambridge, MA: MIT Press.

*Toutes les dénominations et marques commerciales appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

À PROPOS DES AUTEURS :

Anil Shankar, chercheur en informatique au Centre de recherche en audition de Starkey (SHRC), à Berkeley (Californie), a intégré le SHRC en 2008 à l'issue de son doctorat en informatique à l'Université du Nevada, à Reno. Au SHRC, il travaille sur des approches éprouvées de conception et de développement d'interfaces utilisateurs.

Justyn Pisa, Senior Software Product Manager chez Starkey, a obtenu son master à l'Université d'État de Minot et son doctorat à l'École d'audiologie PCO. Depuis son arrivée, il a participé au développement de plusieurs produits, dont Live Real Ear Measurement (Mesure de l'oreille réelle intégrée), Voice iQ et SoundPoint. J. Pisa.

À SAVOIR :
tout sur les produits **STARKEY** et **INSPIRE** 2013

Le développement de nouvelles aides auditives suit un rythme soutenu et les lancements sont de plus en plus rapprochés. Starkey vient de mettre deux nouveaux produits sur le marché. Gros plan et retrospective.

Lindsay Olson

Il s'agit des contours piles 13 et Ric 312 de la Tri Series. Déclinés en deux nouveaux modèles, ils sont programmables avec ou sans-fil. La Tri Series offre trois niveaux de technologie (110, 90 et 70).

Par ailleurs, la gamme Ignite c'est vu ajouter des fonctionnalités Wireless pour offrir une solution de connectivité même en entrée de gamme. Cette nouvelle plate-forme sans-fil économique offre deux niveaux de technologie 30 et 20, une gamme complète d'intra auriculaires et deux possibilités pour les RIC. Enfin, SoundLens, la gamme IIC offre, quant à elle, 4 niveaux de technologie.

3 series

• Une nouvelle architecture de compression ISO (Independant Speech Optimization) permet une gestion indépendante pour les niveaux d'entrée faibles, moyens et forts, ce qui permet d'optimiser l'amplification sur les niveaux de parole et donc améliorer encore l'expérience auditive.
• Pour les Ric, de nouveaux écouteurs SnapFit très faciles à connecter garantissent une plus grande fiabilité.
• HydraShield® 2 : ce nouveau nano-revêtement assure une meilleure protection des appareils Tri Series et Tour contre l'humidité, le cérumen et les corps gras.
• Cartographie Spatiale Stéréophonique : ce protocole de communication interaurale associe la vitesse et la puissance de plusieurs plateformes de traitement de signal Dual Core.
• Réglages Utilisateur Synchronisés : ils permettent d'ajuster le volume ou les programmes des deux aides auditives simultanément.

ignite WIRELESS

. Disponibles en CIC, CC et CE pour les intras ainsi qu'en RIC 312 et 13.

. Réglages Utilisateur Synchronisés : ils permettent d'ajuster le volume ou les programmes des deux aides simultanément.

SoundLens™

• Grâce à de récentes évolutions apportés à la fabrication de nos IIC, le plus haut niveau d'invisibilité, de confort et de personnalisation est maintenant accessible à un plus grand nombre de patients.
• Le procédé de fabrication Confort Fit de Starkey : il a été élaboré à partir des données de millions d'appareillages.
• Possibilité d'insertion et de retrait par le patient pour une meilleure hygiène de l'oreille. L'appareil ne reste pas dans l'oreille trop longtemps.
• Il convient aux patients souffrant d'une perte auditive légère à moyenne, jusqu'à 60 dB.

Fonctions avancées :

• **Voice iQ2** : un système révolutionnaire de réduction du bruit et de préservation de la parole. Cet algorithme diminue le bruit à l'intérieur des syllabes de la parole. Dès que le rapport signal bruit le permet et sans dégradé le message, le bruit est réduit afin de libérer de la ressource cognitive.
• **Spectral iQ** :il améliore l'audibilité en temps réel en identifiant intelligemment les indices de paroles hautes fréquences, puis en les dupliquant dans les fréquences plus graves.
• **Annulateur de larsen Son Pur** : sa réputation n'est plus à faire. Il permet une augmentation du gain stable maximum jusqu'à 20 dB. Il est disponible pour l'ensemble de nos gammes d'aides auditives et assure une suppression plus rapide des larsens complexes.

SurfLink®

• **SurfLink Mobile** est une interface de connectivité à la fois unique et polyvalente. Ill bénéficie de la fonction JustTalk qui permet « vraiment » une utilisation « mains libres » (en utilisant les microphones des aides auditives comme microphone du téléphone.). L'utilisateur peut ainsi tenir sa conversation téléphonique sans même avoir besoin de porter son combiné ou quelque accessoire à l'oreille. SurfLink Mobile se positionne également comme un système d'écoute assistée, de streaming média et de microphone déporté.

• Avec **SurfLink Media**, les patients bénéficient de la toute première solution de réception média qui transmet directement le son dans leurs aides auditives sans aucun intermédiaire ou accessoire relais.

• Notre **Programmateur SurfLink**, associé à la technologie IRIS™ et au logiciel Inspire®, offre une vitesse et une souplesse de programmation sans-fil dont les professionnels qui ont ont fait l'expérience ne peuvent plus se passer.

• La **Télécommande SurfLink** est l'outil idéal pour les patients qui souhaitent commander leurs aides auditives de façon simple et intuitive. Trois niveaux disponibles – Basic, Intermédiaire et avancé.

Inspire 2013

Parallèlement au lancement des nouveaux produits, Inspire 2013 bénéficie de plusieurs améliorations et de nouvelles fonctionnalités, toutes conçues pour optimiser les processus de d'adaptation : de nouveaux réglages utilisateur, une nouvelle architecture de compression et une nouvelle directionnalité. Tour d'horizon de ces nouvelles fonctionnalités.

User Control Configuration
Select the desired user control functionality below. Note that selections made will affect Binaural Syncing feature settings on the Wireless User Control Syncing screen.
Press and Release
Advanced
Combined VC/Memory
OK
Cancel

Figure 1 : écran Configuration des réglages utilisateur pour la Tri Series

Réglages utilisateur

Les produits Tri Series et Tour bénéficient de nouveaux écrans de réglage (voir figure 1).

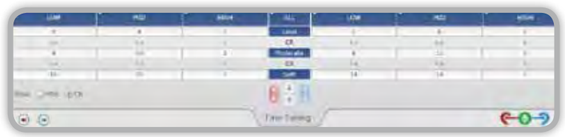


Figure 2 : écran Réglages avancés

Nouvelle architecture de compression ISO

Les écrans Réglages avancés et Compression intègrent la nouvelle architecture de compression de Starkey, nommée Compression ISO (Independent Speech Optimization). Les gains des niveaux faibles, moyens et forts peuvent désormais être réglés indépendamment (figure 2).

Figure 3 : option Directionnalité Plus sur l'écran Algorythmes pour la Tri Series

Directionnalité

Les produits 3 Series offrent une nouvelle fonctionnalité, Directionnalité Plus, qui peut être réglée différemment dans chaque programme. Cette fonction automatique permet d'optimiser les performances directionnelles de l'aide auditive lors de l'activation de Voice IQ2 (figure 3).

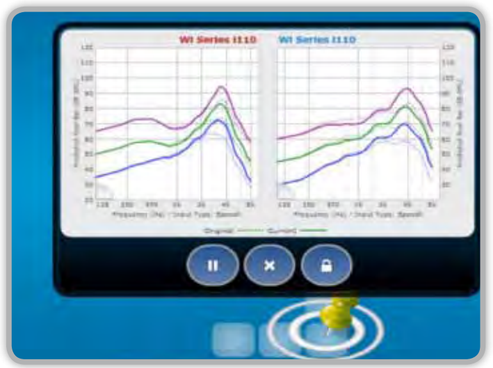


Figure 4 : écran SoundPoint avec visualisation du résultat

Améliorations apportées au logiciel

Avec l'ajout de nouveaux produits, Inspire 2013 offre également plusieurs améliorations :

• **SoundPoint** : la plate-forme de Starkey permettant d'impliquer le patient dans le processus de réglage, a été améliorée afin que l'audioprothésiste puisse visualiser les modifications ur l'écran SoundPoint pendant que le patient ajuste en temps réel le réglage de ses aides auditives. Lorsque le patient sélectionne un point selon ses préférences auditives subjectives, celui-ci est identifié par une épingle de couleur. L'audioprothésiste peut ainsi visualiser le résultat sur l'écran sur lequel deux courbes s'affichent : en pointillé, la courbe de réponse initiale et en continu, la courbe de réponse correspondant au choix du patient. (figure 4). Une option Soundpoint Tinnitus est aussi disponible et fera l'objet d'une présentation spécifique.

Les améliorations apportées à Inspire 2013 s'inscrivent dans le cadre de nos recherches (IHM voir page xx) sur la facilité d'utilisation. Nous faisons évoluer nos produits tout en veillant à notre logiciel de programmation, que nous avons souhaité intuitif et simple.

À PROPOS DE L'AUTEUR :

Lindsay Olson : Senior Education and Training Audiologist. Sa carrière chez Starkey a débuté en 1995 dans les Services techniques, puis dans la formation où elle a occupé différents postes. Depuis, elle forme des audioprothésistes américains et rédige des supports de formation post-lancement. Elle participe également aux tests du logiciel Inspire. Elle est titulaire d'une licence de la St John's University, d'un master en audiologie de l'Université Northwestern et d'un doctorat de l'École des sciences médicales de l'Arizona.

Développer la relation client grâce aux RÉSEAUX SOCIAUX

Todd Hedberg et Natalie Hoover

Et si on envisageait les réseaux sociaux comme une fête ou un rassemblement... mais en ligne. Pour engager la conversation, il serait déplacé de dire : " moins 20% sur tel produit aujourd'hui et aujourd'hui seulement ". Vous commenceriez plutôt par vous intéresser aux besoins et par répondre aux questions de vos interlocuteurs (Tobin, 2008).

La consultation en ligne d'informations sur les aides auditives étant en augmentation, les réseaux sociaux sont l'occasion rêvée de fournir ces informations à ces personnes dans un cadre privé.

Cette métaphore de la fête est une bonne illustration des nouvelles relations patients et nouveaux contacts qu'il est possible d'établir grâce aux réseaux sociaux.

Cet article vous dit comment démarrer et asseoir sa présence sur les réseaux sociaux en ligne.

POSER LES BASES

Une bonne visibilité repose sur un site internet fiable, optimisé pour tout ce qui concerne l'audition, que ce soient les recherches locales sur les aides auditives ou/et la perte d'audition. Les réseaux sociaux tels que Facebook®, YouTube®, Twitter® et LinkedIn® sont l'occasion de promouvoir votre site internet. Avant d'envisager toute création de page, vous commencerez par définir les rôles et les responsabilités de chacune des personnes qui vous assisteront dans cette démarche. Voici quelques conseils pour constituer votre équipe :

• Désignez une personne qui connaît bien les réseaux sociaux pour la mise en œuvre.

• C'est au spécialiste que vous êtes que revient la responsabilité d'enrichir le contenu et de répondre aux questions.

DÉMARRAGE ET CONSTITUTION D'UNE COMMUNAUTÉ

Votre présence sur les réseaux sociaux a pour finalité d'engager la conversation et de fidéliser les clients. Que demander de plus si ce n'est que vos patients futurs s'informent sur vous et que vos patients actuels vous témoignent leur satisfaction ?

Si vous décidez de vous lancer, nous vous conseillons de créer une page pro Facebook et de vous positionner sur une chaîne YouTube. Ces sites offrent à eux deux le plus gros potentiel de nouveaux patients dans le secteur de l'audition. Les autres réseaux sociaux bien connus, tels que Twitter, seront un plus ! Voici quelques conseils pour démarrer :

Le premier et probablement le plus important : Assurez-vous de pouvoir répondre aux questions qui vous seront posées sur vos pages. 1 heure est le délai souhaité par les consommateurs de ce type de média. **2 heures est le maximum autorisé.** Après cela, les commentaires risque de ne pas vous plaire.

• **Créez une page pro Facebook,** où les patients pourront partager leurs expériences et poser des questions. N'oubliez pas de mentionner vos informations professionnelles.

Une fois votre page pro Facebook créée, il faut passer à la suivante. Voici quelques conseils pour attirer les clients :

• **Publiez du contenu** mêlant informations, témoignages et appel à agir, avec des questions ouvertes pour initier un dialogue.

• **Incitez vos clients à cliquer sur « J'aime »**. Offrez-leur une contrepartieque vous jugerez adéquate.

• **Créez votre propre chaîne YouTube** afin de partager des vidéos d'information ou de produits. Pensez également à ajouter des témoignages de patients ou à filmer un rendez-vous. Importez toutes vos vidéos YouTube sur votre page Facebook avec l'application gratuite *YouTube for Pages*.

SE CONSTITUTER UNE COMMUNAUTÉ

Une fois que vos pages recenseront vos premiers amis, nombreuses sont les opportunités de faire fonctionner le bouche à oreille en ligne et de proposer des actions susceptibles de faire venir de nouveaux patients dans vos centres.

AGRANDIR SA COMMUNAUTÉ

Les bases de votre communauté étant jetées, interrogez-vous ensuite sur le mode de développement de ces pages. Les réseaux sociaux offrent des possibilités marketing et créatives infinies. Ces plateformes évoluant constamment, voici les grandes lignes pour réussir à court terme.

facebook

Au début du printemps 2012, les pages pro Facebook ont subi un véritable lifting, avec le passage au format *Journal*. Exploitez au mieux cette nouvelle présentation inventive.

UN NOUVEAU LOOK

• **Photo de couverture** - Votre photo doit être explicite et intéressante pour le visiteur. Choisissez une photo représentative et en phase avec votre enseigne. Ne faites pas, ici, figurer d'appel à l'action car Facebook ne les autorise pas.
• **Jalons ou étapes-clés (« milestones »)** - Utilisez-les pour renseigner vos patients. Mentionnez l'historique et les prouesses de votre organisation. C'est ainsi que vous optimiserez la fidélisation à votre page.

DE NOUVELLES FAÇONS DE PRÉSENTER SON CONTENU

• **Épinglez une publication (« pin a post »)**
Cet outil permet d'insister sur un contenu important. Qu'il s'agisse d'un évènement, des mérites de la marque ou d'un appel à l'action, épinglez cette publication en début de page pendant sept jours maximum pour attirer l'attention.

• **Mettez en évidence une publication (« star a post »)** - Le contenu s'affichera sur toute la largeur de la page. Utilisez cet outil pour des photos et contenus explicites.

• **Multipliez les visuels**
- Facebook leur accorde de plus en plus de place. Publiez donc plus de contenu visuel, pour un rendu plus percutant (Ransom, 2012).

twitter

Une bonne utilisation de Twitter peut favoriser le dialogue avec les patients, permettre d'intervenir comme un service clients ou simplement de recueillir des données. Voici des conseils pour créer votre page Twitter :

SOYEZ RÉPERTORIÉ DANS LES ANNUAIRES TWITTER

Les annuaires Twitter, tels que Twellow.com, sont l'équivalent des pages jaunes pour Twitter. Ils diffusent votre page et permettent qu'on vous trouve. Raison de plus pour y souscrire, ils sont souvent gratuits !

TISSEZ VOTRE RÉSEAU

Utilisez les Hashtags - # - pour donner une autre dimension à vos tweets. Participez à des discussions, ajoutez des liens et si quelqu'un vous envoie un tweet, il vous suffit d'y répondre !
Exemple :
Fait du jour : une personne sur six souffre d'une perte auditive, c'est aussi commun que de posséder une voiture !

PRIVILÉGIEZ LA QUALITÉ À LA QUANTITÉ

Vous disposez de 140 caractères pour communiquer avec vos suiveurs (followers) : c'est le nom donné à ceux qui s'inscrivent sur votre compte pour suivre votre actualité. suscitez donc l'intérêt et privilégiez la pertinence. Fixez-vous comme objectif un à deux Tweets par jour (Nisperos, 2012).

LinkedIn

Beaucoup considèrent LinkedIn comme l'outsider des réseaux sociaux car c'est un outil précieux mais peu savent en exploiter pleinement le potentiel.

• **Complétez les informations élémentaires** - Complétez votre profil, téléchargez une photo pro et connectez-vous avec les bonnes personnes. Encouragez votre personnel à en faire autant.

• **Créez votre page entreprise** - LinkedIn est une occasion supplémentaire de promouvoir de votre entreprise. C'est un vivier de personnes à la recherche de renseignements sur votre entreprise et vous-même. Sans compter qu'il occupe la cinquième position du classement Google (Hockenson, 2011).

CONCLUSION

La consultation en ligne d'informations sur notre secteur d'activité est en augmentation, nouer, développer et entretenir des relations par le biais de réseaux sociaux est prometteur.

Le résultat : une communauté plus soudée pour vos patients actuels et une présence en ligne irrésistible pour vos prospects. "

* Les marques déposées ou noms de marques appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

RÉFÉRENCES

• Hockenson, L. (2011). LinkedIn Boot Camp [Infographic]. Retrieved Dec. 3, 2011, from http://mashable.com/2011/12/03/linkedin-boot-camp-infographic/
• Kerpen, D. (2011). Likeable Social Media. McGraw-Hill Publishing.
• Nisperos, B. (2012). Twitter Tips for Every Small Business In 2012. Retrieved from http://www.smallbusinessme.com/twitter-tips-for-every-small-business-in-2012/
• Ransom, V. (2012). Facebook Brand Timelines: 6 Big Changes Every Marketer Needs to Understand. Retrieved Feb. 29, 2012, from http://mashable.com/2012/02/29/facebook-brand-timelines-changes-marketing/
Tobin, J. (2008). Social Media Is a Cocktail Party: Why You Already Know the Rules of Social Media Marketing. CreateSpace.

À PROPOS DES AUTEURS :

Todd Hedberg : travaille au service Marketing vente au détail de Starkey depuis 2006. Il aide les audioprothésistes en matière de planification marketing, activité sur Internet et présence sur les réseaux sociaux. Il est titulaire d'une licence de l'école supérieure du Gustavus Adolphus College de St Peter (Minnesota) et d'un master en gestion de l'Université St Thomas de St Paul (Minnesota).

Natalie Hoover : a rejoint l'équipe Marketing professionnel de Starkey à l'automne 2010 en tant que coordinatrice des relations publiques. Elle a en charge les réseaux sociaux et les relations publiques de la société, ainsi que la communication interne et externe. Depuis son arrivée chez Starkey, elle a participé au développement des pages entreprises sur les réseaux sociaux. Elle est titulaire d'une licence en communication stratégique de l'Université de Minnesota-Twin Cities.

DONNER L'AUDITION

LA FONDATION STARKEY *CHANGE LA VIE EN OUGANDA*

QUAND ENTENDRE REPREND TOUT SON SENS !

Participer à une mission de deux semaines en Ouganda avec la Fondation Starkey, est une aventure humaine qui donne l'espoir d'une meilleure compréhension entre les personnes grâce à l'appareillage auditif et qui met l'accent sur la sensibilisation, l'éducation, la protection et les soins.

Dave Fabry

L'Organisation mondiale de la santé (OMS) estime que 4 % de la population africaine souffre d'une perte auditive, les principales causes étant le paludisme, la méningite, la rougeole et la malnutrition. Qui plus est, la plupart de ces pertes qui apparaissent après l'acquisition du langage, peuvent être corrigées par des aides auditives. Autre source de problème, l'infection de l'oreille moyenne, très fréquente en Afrique sub-saharienne et qui, en l'absence de traitement, peut dégénérer en perte auditive chronique voire entraîner la mort. Compte tenu de tous ces éléments, toute tentative de restauration de l'audition implique une collaboration avec les autorités médicales locales afin d'assurer la continuité des soins auditifs.

Les missions de kampala et Gulu

L'équipe de Kampala, a assuré la coordination avec les hôpitaux locaux, les cliniques et les écoles pour sourds et malentendants afin d'identifier les patients potentiels. Les empreintes d'oreille prises ont été envoyées à Starkey pour la fabrication d'embouts en silicone sur mesure. Après six jours passés à Kampala, l'équipe s'est rendue à Gulu, où les partenaires (Partner in Uganda et l'URA) nous ont rejoints ainsi que Pros for Africa (PFA), une ONG composée d'athlètes professionnels. Au bout d'une semaine, j'ai pu observer que :

L'ototoxicité peut être évitée : les trois piliers de la Fondation, le traitement, la sensibilisation et la protection participent à l'éducation de la population aux soins auditifs. La preuve : le principal remède contre le paludisme en Afrique contient de la quinine, qui est une substance ototoxique. Il est prouvé que les autres alternatives, comme l'artésunate, ont une efficacité comparable avec un taux de morbidité globale inférieur (Trape 2011). Le problème, c'est que l'artésunate coûte plus cher à l'achat, avec un coût global de traitement équivalent à celui de la quinine. L'audition ne vaut-t-elle pas quelques centimes par patient ?

Un travail d'équipe : En s'associant à d'autres fondations spécialisées dans les autres besoins élémentaires, alimentation, eau, hébergement, la Fondation Starkey a pu toucher un plus grand nombre de personnes, développer une infrastructure durable et tisser des relations plus difficiles à établir lorsqu'on fait cavalier seul dans l'audition. La collaboration entre Austin, Global Health Initiative (fondée par l'ancien président américain Bill Clinton), Global Health Corps, Pros For Africa, Africa 6000 International et avec d'autres ONG internationales sensibilise à l'importance des soins auditifs, et cette collaboration est essentielle.

Les personnes portent leurs aides auditives : le dernier jour, consacré au suivi des patients appareillés l'année précédente est un bon indicateur de l'efficacité d'une mission : même si les personnes rencontrent des problèmes avec leurs aides auditives, elles reviennent, ce qui est un gage de satisfaction et ces premiers bénéficiaires jouent pour beaucoup dans la réussite de la mission grâce à la solidarité et à la prise en charge des nouveaux par les plus expérimentés.

Lors de ces deux semaines passées en Ouganda, la Fondation Starkey a « offert l'ouïe » à près de 3 000 personnes. Bien que nous n'ayons pas pu venir en aide à tout le monde, je sais que la fondation a changé la vie d'un grand nombre de personnes.

LE TRAVAIL D'UNE MATINÉE EN MISSION
TOUS LES MATINS, L'ÉQUIPE DISTRIBUAIT ET DÉFINISSAIT LES RÔLES OU LES POSTES DE CHACUN PARMI LES CINQ ÉTAPES SUIVANTES :

1. L'accueil : les patients venaient chercher leurs embouts.

2. Nettoyage des oreilles et otoscopie : le Dr Ddamulina, praticienne à la Hope Medical Clinic et son équipe, réalisaient un examen otoscopique et retiraient le cérumen afin d'écarter tout risque d'infection ou d'obstruction dans les conduits auditifs des patients.

3. Appareillage : un bénévole aidé d'un traducteur étudiait le comportement des patients afin de s'assurer que les aides auditives choisies étaient bien adaptées.

4. Poste piles : les patients recevaient un an de piles pour leurs aides auditives qui ne sont pas disponibles partout.

5. Espace conseil : des équipes de bénévoles expliquaient le fonctionnement des aides auditives aux patients afin qu'ils réussissent à à les manipuler facilement. Chaque patient se voyait remettre un document (rédigé en anglais et en ougandais) avec un mode d'emploi détaillé.

Les patients et leur famille pouvaient repartir une fois que l'équipe s'était assurée qu'ils avaient bien compris le fonctionnement des aides auditives et avec les coordonnées de la Hope Medical Clinic pour répondre à leurs questions, leur fournir des piles supplémentaires et programmer des visites de suivi.

« Chaque jour, plus de 300 enfants et adultes affluaient et tous repartaient avec un bilan des bénéfices potentiels d'une amplification ».

À PROPOS DE L'AUTEUR :

Dave Fabry : Directeur général chez Starkey, il est titulaire d'un doctorat en audiologie de l'Université du Minnesota et a exercé au centre médical militaire Walter Reed, à la clinique Mayo de Rochester (Minnesota) et à l'école de médecine Miller de l'Université de Miami. Il est aussi un auteur prolifique, qui a corrigé plusieurs publications et a lui-même publié plus de 50 articles. Membre du conseil et président de l'American Academy of Audiology, il a reçu le prix « Distinguished Service Award » en 2009.

Bibliographie :

Trape, J.F., Tall, A., Diagne, N., Ndiath, O., Ly, A.B., Faye, J., et al. (2011). Malaria morbidity and pyrethroid resistance after the introduction of insecticide-treated bednets and artemisinin-based combination therapies: a longitudinal study. Lancet Infectious Diseases,11, 925-932.

POUR MIEUX SERVIR NOS CLIENTS !

Départs et arrivées ont ponctué l'été et le début de l'automne 2012 dans les services clients et commercial de Starkey. Si nous joindre a, durant l'été, demandé un peu de patience, l'organisation a retrouvé tout son professionnalisme et sa dynamique !

La période a été un peu mouvementée côté personnel ! « Au service commercial, notre assistante commerciale, Virginie Descourtis est partie pour raison familiale et a été remplacée par Saduman Canikli qui a rejoint Starkey en juin dernier. Elle travaille en binôme avec Laetitia Gallart, Johanna Oliel étant en congé maternité », explique Fabrice Vigneron, Directeur Commercial Starkey. Forte de plusieurs expériences en gestion commerciale et organisation de projets et événements, Saduman apporte au service commercial son expérience et sa bonne humeur. Laetitia bénéficie d'une solide expérience comme assistante commerciale et s'est très vite adaptée aux exigences de la fonction. Leurs rôles ? Ce sont elles qui assurent le contact avec les clients, le soutien aux équipes commerciales (l'établissement de notes de frais, préparation de documents, s'il y a des actions spécifiques sur le terrain) et également l'administratif des ventes dans le sens financier de l'administration.

Et le service clients ?

Si celui-ci n'a connu, jusqu'à maintenant que peu de turnover, il a dû faire face, à trois départs. « J'ai donc recruter trois personnes en juillet, explique Thierry Gouin, responsable du Service clients Starkey : Omar Khelil, 25 ans a une formation technique et commerciale. Il a un profil très mature, et fait preuve de beaucoup d'empathie. Pour composer une équipe, il faut des personnalités complémentaires. C'est pourquoi le profil de Bénédicte Yetela, plus littéraire, m'intéressait beaucoup. Et enfin Florence Le Ny qui a un parcours incroyable. Elle a commencé chez Intrason, en alternance, puis s'est orientée vers le commercial et a décidé de se tourner vers le service clients. C'est une vraie battante, indispensable dans un centre d'appels ».

Une formation Starkey

Avant d'être performant au service clients, il y a trois mois de formation. Cette plate forme téléphonique* doit être capable de répondre à n'importe quelle question posée et/ou de diriger la personne vers le service ou la personne qui lui donnera la réponse. Et ce, dans les plus brefs délais. C'est un plus par rapport à nos clients », précise Thierry Gouin. D'où le besoin impérieux de tout connaître des rouages de l'entreprise. Ils vont, au cours de leur formation, dans chaque service pour bien comprendre toutes les interactions qui existent avec le service clients et sont également formés sur les différents logiciels propres à Starkey. Ils connaissent évidemment tous les produits de la gamme actuelle, sans oublier les gammes plus anciennes. « Une partie des appels concernent les anciens appareils, des contours des années 2000 qui ont besoin d'être adaptés à une surdité qui évolue. Les jeunes audioprothésistes ne connaissant pas forcément ces appareils, nous les conseillons, leur expliquons le mode de réglage pour les accompagner dans leurs adaptations ».

*un numéro vert

Fabrice Vigneron : diplômé de l'Ecole Supérieure de Gestion (Master) à Paris et après une expérience dans la distribution, il rejoint Starkey en 1997. Responsable Régional des Ventes sur Paris et le grand Ouest, puis Chef des Ventes et Directeur Commercial, ses missions actuelles sont l'encadrement du service commercial, les négociations et les contacts avec les enseignes, groupements et clients, ainsi que l'établissement de la stratégie commerciale.

Jean-Francois Cometto en tant que Responsable Regional des Ventes sur le Rhône-Alpes. Sa mission : développer la marque Starkey sur le secteur. Fort d'un bagage technique complet et de 15 ans d'expérience, il bénéficie d'une vision large de la profession : connaissance des produits, des patients, des audioprothésistes et aussi des médecins ORL. Il succède à Alain Largeois qui est nommé Responsable Régional des Ventes pour la Suisse romande.

Nicolas Nerguararian au poste de Responsable Régional des Ventes PACA. Il est en charge du développement de la marque Starkey dans les départements : 34-30-48-13-83-84-04-05-06-2A-2B. Il bénéficie d'une formation commerciale et technique et de 6 ans d'expérience

SERVICE CLIENTS, offrir un service professionnel en moins de 72 heures

La qualité de service est un enjeu majeur dans les entreprises modernes. Le service clients de Starkey a tout mis en œuvre pour répondre aux demandes des audioprothésistes en moins de 72 heures.

Au service clients, arrivent, la majorité des appels, des prises de commandes, des demandes de suivi, ou de réparations, avec, généralement, un caractère d'urgence. « En réalité, ce sont souvent les assistantes des audioprothésistes qui appellent. Lorsque l'audioprothésiste appelle lui-même, c'est en pour une question technique. Soit il ne nous connaît pas bien, il hésite entre deux produits, soit il a une interrogation sur un réglage ou une fonction du logiciel. À nous de le conseiller, d'argumenter notre réponse, de l'aider et, quand il a son patient devant lui, de lui apporter une solution immédiate», explique Thierry Gouin. Parmi les appels, ceux de jeunes audioprothésistes qui ne connaissent pas les anciens appareils Starkey qui ont, pour certains, une dizaine d'années et qui ont besoin d'être adaptés à une surdité qui évolue ou qui d'être renouvelés avec des appareils plus récents.

Un délai de 72 heures

La seconde mission du service clients de Starkey est de s'assurer que les délais de fabrication de l'appareil commandé ne dépassent pas 72 heures. « Nous avons toujours eu pour objectif de fabriquer les intras auriculaires en trois jours (même chose pour les réparations) et avons donc mis en place un délai de 72 heures », explique Thierry Gouin. Si un audioprothésiste nous appelle et nous dit qu'il a besoin d'un appareil en moins de 3 jours, nous créons alors une alerte appelée « Rush » afin de pouvoir suivre le produit tout au long des étapes de sa fabrication. Tous les soirs, nous vérifions ces demandes d'urgent et, s'il y a un retard, nous devons en expliquer la raison (une difficulté particulière sur une forme d'oreille compliquée, un rejet pour contrôle qualité). Nous demandons alors au client, un délai supplémentaire. Ainsi, il sera en mesure de prévenir et d'expliquer à son patient la cause du retard. De cette façon, l'audioprothésiste peut, le plus souvent, gérer la situation sans dommage. En ce qui concerne les commandes de contour, ce qui est commandé le jour même part le jour même ! Un audioprothésiste peut ainsi appeler le service clients jusqu'à 17h30 et nous pourrons lui offrir le service d'envoyer le produit le soir même.

Un service « été-automne» perturbé

« Nous avons connu une grande frustration à cette période, reconnaît Thierry Gouin. Parce que nous avons eu des départs dans le service, des nouvelles recrues qui devaient d'abord être formées, nous n'avons pas pu offrir le niveau de service auquel nous avons habitué nos clients audioprothésistes et qu'ils sont en droit d'attendre. Nous avons envoyé un courrier à nos clients pour leur expliquer les raisons des difficultés à nous joindre. C'était exceptionnel pour eux, nouveau pour nous. Ce qui nous a permis de leur donner d'autres moyens pour nous joindre dont le site professionnel starkeyfrancepro.com, qu'ils ont moins l'habitude d'utiliser. Dans un second courrier, nous leur avons présenté la nouvelle équipe opérationnelle depuis lors.

THIERRY GOUIN : « Nous aidons les gens à mieux entendre »

Ancien technico-commercial Starkey, Thierry Gouin est responsable depuis 1998 du service clients. « Mon travail, ce sont les difficultés et leurs solutions », dit-il pour résumer. « Nous avons tout organisé comme un centre d'appels capable de tout traiter. Régulièrement, je en contact avec les différents services, nous sommes en relation avec le service production, réparations, la comptabilité, les commerciaux… Je suis là pour simplifier le plus possible le travail des agents, de les manager individuellement et collectivement, d'identifier une possible difficulté. Je réunis l'équipe chaque semaine un petit quart d'heure pour réfléchir sur un point, sur un thème, et trouver des solutions afin de toujours faire mieux ».

LE SERVICE TECHNIQUE STARKEY :
nouvelle organisation et améliorations techniques

Fabriquer des produits sur-mesure dans une procédure standardisée demande, non seulement une solide organisation mais un savoir faire certain.

C'est le challenge relevé par les 80 personnes du service technique Starkey.

« Nous avons mis en place une nouvelle organisation en septembre 2012, explique Vouthy Toch, Directeur Technique Starkey. Désormais, tous les postes de travail ont été regroupés afin de limiter les déplacements. Travailler face à face est plus motivant, permet de réfléchir ensemble aux différentes solutions et de mettre rapidement et facilement en place les améliorations techniques ».

Un management visuel

À l'aide d'outils visuels, ce système définit un environnement de travail qui a de nombreuses qualités : faciliter et simplifier la définition des objectifs, être le plus près possible de l'opérateur, faciliter la réactivité et donc être une aide à la prise de décision.
Comment ? : « Ici, explique Vouthy Toch, nous avons des boîtes de couleurs en fonction des jours de la semaine, nous pouvons ainsi suivre la couleur et donc l'appareil et contrôler que le délai de 72 heures sera respecté. Sur les boîtes sont indiqués les informations essentielles : le jour (les boîtes du mercredi sont vertes, par exemple), le type d'appareil, son numéro de série, etc. Ce système à l'accessibilité permanente et facile, permet de faire une synthèse rapide de la production. Cette organisation fonctionne aussi pour le service réparation. Cette production transparente est un support de dialogue pour le personnel concerné. Je vois, je sais, je n'ai pas besoin de poser la question, tout est signalisé ». Ici, est appliquée la règle, « premier entré, premier sorti », aucun appareil ne doit traîner. Tout est affiché, le nombre d'appareils réparés, le nombre d'embouts faits, le nombre d'appareils fabriqués... Un client appelle, veut savoir s'il aura son appareil en temps et en heure, l'information est connue de tous, et chacun peut confirmer au client que le délai de 72 heures sera respecté.

Les améliorations techniques

« Nous avons apporté certaines améliorations sur les embouts, que ce soit pour les écouteurs déportés ou pour les embouts traditionnels, cet élément est essentiel dans le succès de l'appareillage. Leur confort dépend de la précision du modelage et de la prise d'empreinte.

Les embouts RIC : « nous avons développé, pour la partie sur mesure qui est souvent plus délicate à adapter, un système « Ric Clip » qui permet trois profondeurs d'insertion. Le résultat esthétique est le vrai succès pour les patients puisque l'on peut faire rentrer l'écouteur dans cette partie sur mesure et l'ajuster à la morphologie de l'oreille de l'utilisateur.

Les écouteurs RIC : pour les écouteurs sur-mesure, nous avons développé une nouvelle solution appelée RIC Curve pour les gains de 50 et 60 dB. Ces écouteurs sont creusés sur leur partie non insérée dans le conduit auditif pour que leur courbe épouse mieux les formes de l'oreille du patient. Résultat, des écouteurs sur-mesure encore plus esthétiques.

Les CIC : pour les intras semi profonds, Starkey utilise un nouveau circuit électronique qui permet une miniaturisation maximum. « C'est un marché important, car quand les patients veulent de l'intra, il faut qu'il offre le maximum de discrétion or, les composants électroniques prennent un espace non compressible. Dorénavant, nous avons une nouvelle plaque avec des composants et un montage encore plus petit. Grâce à cela, nous allons être en mesure de fabriquer des CIC presque « invisible » !

Les intras Wireless : les intras CIC et CC sont dorénavant fabriqué avec des coques transparentes. Cette solution nous permet d'optimiser la taille de ses intras dont la conception impose qu'ils soient un peu plus gros que les intra non-wireless. Ainsi, lors de l'assemblage, le technicien visualise mieux les composants et en particulier l'antenne. Il a ainsi plus de visibilité pour réduire au maximum la taille de l'appareil.

SoudLens : « c'est un intra auriculaire profond, déjà très petit mais nous avons réussi à placer le microphone de l'appareil dans le tiroir pile ! L'appareil présente donc un encombrement encore plus réduit, ce qui fait que les personnes qui n'étaient, jusqu'à présent, pas éligibles pour ce type d'appareil peuvent désormais y prétendre. Ce travail requiert une très grande minutie, le personnel travaille sous microscope binoculaire, les nouvelles plaques étant plus que miniaturisées. Le tout intègre notre nouvelle technologie de protection antihumidité ainsi qu'un traitement oléophobique pour protéger les aides auditives du cérumen ou des composés graisseux de la peau (Hydrashield2).

Un contrôle... contrôlé

Si la qualité de service et donc le respect du délai de 72 heures est importante, la qualité de la fabrication ne l'est pas moins chez Starkey. « Avant le contrôle qualité, chaque étape est doublement contrôlée puisque l'étape suivante contrôle l'étape précédente, aime à préciser Vouthy Toch. On ne veut pas trouver d'erreur à la fin de la chaine de fabrication ou de réparation ».

Pour ce faire, les appareils passent dans une machine qui affiche, selon le circuit, le numéro de série, le schéma de câblage, etc. Celui-ci est contrôlé puis à nouveau contrôler par son successeur. Toutes les performances de l'appareil sont mesurées. Chaque produit passe par ces appareils de contrôle, les embouts comme les appareils en réparation. Au moindre problème, la machine avertit avec un flash rouge. Lorsqu'un produit est flashé, il retourne à l'étape du problème signalé, qu'il soit mécanique, acoustique ou électronique
Une fois que le produit a été contrôlé, son numéro de série scanné, il est emballé dans son packaging pour les appareils neufs ou sous enveloppe pour les réparations puis expédié.

« Avant le contrôle qualité, chaque étape est doublement contrôlée puisque l'étape suivante contrôle l'étape précédente. On ne veut pas trouver d'erreur à la fin de la chaine de fabrication ou de réparation »

LES EMBOUTS OUI MAIS EN 3D !

Les embouts sont fabriqués désormais en stéréo lithographie. Une révolution technologique qui offre bien des avantages, du confort du patient à la fiabilité indiscutable du respect de l'empreinte.

L'oreille a des caractéristiques, une forme et une dimension, qui varient beaucoup d'une personne à l'autre. Chaque embout est donc aussi unique que le patient pour lequel il est produit et la fabrication en 3D va au plus près de cette particularité individuelle. « Nous avons deux imprimantes laser et une troisième arrive, explique Vouthy Touch, Directeur Technique. Tous les embouts sont fabriqués en 3 D, y compris ceux en silicone. Le procédé est tellement stable ! »

Un embout au plus près de l'oreille

Une fois que les empreintes des oreilles envoyées par les audioprothésistes sont reçues chez Starkey, elles sont ensuite scannées puis traitées par un logiciel de modélisation. L'empreinte apparaît alors à l'écran en volume, prête à toutes les adaptations numériques.

« L'image est dans la machine, il suffit de cliquer sur le bouton « imprimer » et la fabrication commence. Dans un bac de résine, un laser va polymériser la matière et la coque en résine se fait couche par couche. Le produit sort presque fini », précise Vouthy Touch. Autre atout non négligeable : la fiabilité indiscutable de l'embout ou de la coque qui respecte l'empreinte au centième de millimètre. Et qui pourra, si nécessaire, être corrigée facilement et tout aussi précisément. Finies les étapes fastidieuses et artisanales de moulage, contre-moulage et polissage à la main…

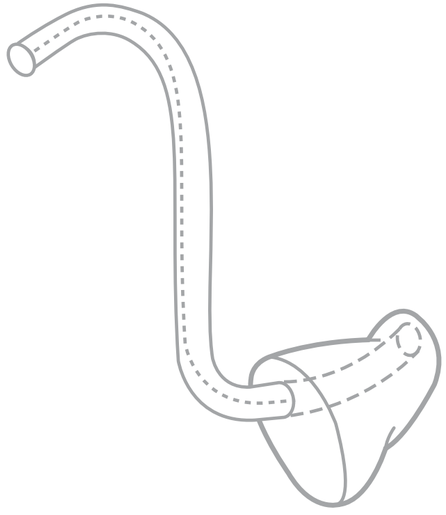
Couleur de coque et nouveaux repères pour les intra-auriculaires Wi Series

La fabrication par défaut de tous les intra-auriculaires Wi Series (CIC ou CC) se fera en coque transparente. L'utilisation de cette couleur permet d'améliorer l'esthétique des appareils. De plus, « la visibilité » des composants et plus particulièrement du microphone et de l'amplificateur contribue à une meilleure compréhension du patient sur le principe de fonctionnement de l'aide auditive.
Pour faciliter l'utilisation et la manipulation des appareils, ceux-ci seront marqués avec des points de couleur pour indiquer le côté droit (rouge) ou gauche (bleu) et le haut de l'aide auditive.

Nouvelle appellation pour les écouteurs RIC sur-mesure

Les écouteurs sur-mesure RIC ABSOLUTE POWER (AP) en version 50 et 60 dB sont rebaptisés ÉCOUTEUR RIC CURVE.
Comme on le voit dans l'illustration, la forme de l'embout est différente avec une courbe arrondie qui épouse la forme naturelle du méat de l'oreille. Cela se traduit par une plus grande esthétique, plus de discrétion et un meilleur maintien dans le conduit auditif grâce à sa forme creusée.
L'appellation ÉCOUTEUR RIC ABSOLUTE POWER concernera uniquement dorénavant la version en 70 dB de gain qui conserve sa forme existante.

Avant	
EMB SLA ABSOLUTE POWER	40 dB
EMB SLA ABSOLUTE POWER	50 dB
EMB SLA ABSOLUTE POWER SNAPFIT	50 dB
EMB SLA ABSOLUTE POWER	60 dB
EMB SLA ABSOLUTE POWER SNAPFIT	60 dB
EMB SLA ABSOLUTE POWER	70 dB
EMB SLA ABSOLUTE POWER	70 dB



Après	
ECOUTEUR SUR MESURE RIC CURVE	40 dB
ECOUTEUR SUR MESURE RIC CURVE	50 dB
ECOUTEUR SUR MESURE RIC CURVE SNAPFIT	50 dB
ECOUTEUR SUR MESURE RIC CURVE	60 dB
ECOUTEUR SUR MESURE RIC CURVE SNAPFIT	60 dB
ECOUTEUR SUR MESURE RIC ABSOLUTE POWER	70 dB
ECOUTEUR SUR MESURE RIC ABSOLUTE POWER SNAPFIT	70 dB

STARKEY,

à la rencontre des Otorhinolaryngologistes

Les médecins ORL, tous comme les audioprothésistes sont demandeurs d'informations. Différentes, naturellement, mais avec le mêmes objectifs : informer… Afin de les comprendre et de les écouter, d'échanger, Starkey a participé, depuis le début 2012 à de nombreux congrès, tant nationaux que régionaux et même internationaux.

Des rencontres multiples en soutien de l'action des audioprothésistes

« Notre action auprès des médecins ORL, c'est participer de façon plus fréquente, voire régulière, aux manifestations qui leurs sont destinées, précise Éric Van Belleghem, directeur Marketing France Starkey. Selon une étude en partenariat et menée par Gallileo, nous pouvons utilement compléter les informations que les ORL reçoivent habituellement des audioprothésistes.
C'est donc là, dans les congrès, les conventions où ces professionnels de l'audition s'informent que nous avons décidé d'aller à leur rencontre. Nous avons, en soutien de nos clients audioprothésistes et dans ce cadre-là, un

véritable intérêt à venir présenter des technologies aux oto-rhinolaringologistes. Ce spécialiste, première étape obligatoire dans le parcours d'appareillage, qui a pour première mission de vérifier qu'il n'y a pas contre-indication à l'appareillage, est en attente d'informations : celles-ci vont lui permettre de rassurer le patient face à son problème et, de former, ainsi, un véritable tandem avec l'audioprothésiste.
Nous avons ainsi, en janvier 2012 et 2013, participé aux Assises de Nice et, en septembre dernier, au Congrès International de la société française d'ORL au Palais des Congrès.
Nous avons pu constater l'intérêt des ORL pour les prises d'empreintes profondes, pour les solutions de haute technologie proposées aux malentendants ainsi que pour la philosophie de Starkey qui consiste à se baser sur des études et leurs preuves cliniques avant tout développement de nouveau produit et mise sur le marché.
Pour la première année, nous avons été présents avec des audioprothésistes, sur des manifestations de portée régionale, sous la forme de stands présence en partenariats avec des audioprothésistes locaux. Avec cette présence dans les congrès médicaux spécialisés ou les réunions de formation continue, Starkey a permis de transmettre des informations, que les audios n'osent pas toujours passer, et que les ORL vont pouvoir utiliser avec leurs patients malentendants pour inciter ces derniers à franchir le pas plus rapidement et en toute confiance. « Une démarche qui a été particulièrement satisfaisante, bien perçu par les professionnels et qui nous incite à poursuivre dans cette direction ».

STARKEY : communiquer pour expliquer

Communiquer sur les aides auditives est essentiel pour changer leur image. Le grand public doit être sensibilisé aux problématiques de la perte auditive et aux différentes façons de corriger ce handicap, mais doit aussi être informé sur les avancées technologiques qui ont permis d'améliorer les appareils.

Commentateur sportif et entraîneur légendaire de l'AJ Auxerre, Guy Roux est, depuis maintenant trois ans, le porte-voix de Starkey France.

« Parce que j'ai retrouvé, grâce à Starkey, le plaisir de communiquer, j'ai voulu témoigner, banaliser ces problèmes, pour les rendre ordinaires, pour aider ceux qui en sont victimes à les accepter et à les vivre le plus normalement possible ! »

Lorsqu'il s'est rendu compte qu'il n'entendait plus le babillage de ses petits enfants, les oiseaux dans la forêt, les voix aigues, Guy Roux, habitué à manager et à trouver des solutions, a pris son problème en main et, après avoir consulté un ORL, est allé voir un audioprothésiste. Les tests ayant montré une baisse d'audition dans les aigus, il s'est vu proposé un appareillage Starkey, après avoir demandé le meilleur appareil du monde à son audioprothésiste et a, depuis, accepté d'associer son image à celle de la marque.

« Plus on porte ses appareils, plus on en est satisfait, et les Français utilisateurs sont les champions d'Europe avec plus de huit heures d'utilisation en moyenne contre 7.7 hres en Allemagne et 7.5 hres au Royaume Uni » (*Étude EuroTrak 2009).

Communiquer pour inciter à l'appareillage

Témoigner pour rendre le problème de l'audition ordinaire, aider les malentendants à les accepter et à les vivre le plus normalement possible, c'est le message de Starkey. En un mot, décomplexer ! Encore trop de personnes, adultes déficients auditifs ne sont pas appareillés (12,7 % de la population souffre d'une déficience auditive, ce qui en fait un des handicaps les plus répandus en France), hésitent encore à parler de leur gêne qui, pensent-elles, indiquerait un âge avancé. Or, les défaillances auditives touchent tous les âges et d'ailleurs, selon une étude américaine*, la proportion d'adolescents souffrant d'une perte auditive a augmenté de près de 30 % depuis les années 1990 ! Comme le fait remarquer Guy Roux, tout le monde corrige sa vue, sa presbytie avec des lunettes ou des lentilles, alors, pourquoi il serait honteux de corriger l'audition ? Pourquoi se priver d'un élément de confort ? Retrouver des sons oubliés, le cerveau oublie vite mais se réhabitue tout aussi rapidement, entendre le son de la pluie sur les carreaux, être à l'aise dans une assemblée,

« ...très éloignés de l'image vieillotte de l'appareil disgracieux et sifflant d'autrefois... »

un restaurant, avec les enfants, les amis, c'est revenir un peu à la vie. Pour aider un maximum de personnes à sortir de leur isolement et retrouver le plaisir de vivre en société grâce à l'utilisation d'une aide auditive, il faut communiquer en informant, techniquement, psychologiquement, en insistant sur le temps nécessaire à l'adaptation. C'est le travail des Orl et plus encore, des audioprothésistes. À eux d'accompagner leurs patients vers plus de bien-être, de confort au quotidien. Pour retrouver le plaisir de communiquer.

Une image nouvelle

Donner l'envie à un patient de s'appareiller demande un accompagnement, de la pédagogie, une compréhension psychologique. Il faut, en effet, deviner son état d'esprit, l'orienter vers l'aide auditive qui peut lui donner confiance, et puis l'aider à franchir le cap de l'appareillage. L'audioprothésiste permet ainsi l'acceptation du problème auditif de son patient. En lui présentant les incroyables améliorations et innovations technologiques, en lui présentant des appareils de plus en plus design et miniaturisés, des intra-auriculaires profond pour une discrétion parfaite, il rend la solution plus attractive. Plus facile à accepter. Les audioprothésistes ne doivent pas non plus hésiter à leur montrer que les porteurs d'aides auditives d'aujourd'hui sont très éloignés de l'image vieillotte d'antan, de l'appareil disgracieux et sifflant d'autrefois car un grand nombre de malentendants non équipés ne savent pas en réalité ce que sont les appareils d'aujourd'hui.

Il faut donc leur parler de ces personnalités qui n'ont pas hésité à avoir recours à cette solution et à le dire : à commencer par le séduisant Président Bill Clinton, qui arbore une paire d'appareils auditifs intra-auriculaires high-tech, depuis sa réélection à la Maison-Blanche en 1996. L'actrice Jodie Foster (48 ans), révélée par Taxi Driver ou le silence des agneaux, a elle aussi recours à une aide auditive, tout comme le Sting, Cher et Sylvester Stallone. Et comme d'autres artistes régulièrement exposés à une surdose de décibels, Bob Dylan en a même fait une chanson. Ce phénomène d'acceptation chez les vedettes du show-biz, pourtant très soucieuses de leur image, est étroitement lié à la miniaturisation des solutions auditives.

Starkey AFREPA*

*Association française des équipes pluridisciplinaires en acouphénologie.

En novembre dernier, à Bordeaux, se sont tenues les deux journées de formation qui s'adressent à toutes les disciplines concernées par la prise en charge de l'acouphène. Starkey y était présent avec, notamment, un conférencier venu pour l'occasion des Etats-Unis.

« Entendre l'acouphène et en souffrir » était le thème général de la seconde journée du Congrès. Parmi les conférenciers, Harvey B. Abrams, le responsable de la recherche audiologique chez Starkey (voir encadré).

Les acouphènes, état des lieux

Il semble qu'à l'image des Etats-Unis, la situation européenne et la France en particulier, soit identique en matière d'acouphènes. Ceux-ci nécessitent souvent des équipes pluridisciplinaires parce qu'aucune des professions concernées n'est en mesure de proposer l'ensemble des traitements. Comme il n'y a pas de cause ni de solutions uniques pour traiter les acouphènes, Starkey s'est intéressé à la façon de les gérer par les solutions auditives. Cette présentation a porté plus particulièrement sur le rôle de la thérapie par le son comme option de traitement pour l'atténuation des symptômes liés à l'acouphène, en incluant les diverses stratégies de cette thérapie actuellement utilisées ainsi qu'une étude portant sur l'efficacité de cette approche. Starkey a travaillé sur les acouphènes et va proposer, courant 2013, un produit destiné à la gestion de ceux-ci. Xino Tinnitus, c'est son nom, sera disponible quelques semaines après le congrès des audioprothésistes courant avril.

LES ACOUPHÈNES EN CHIFFRES :

En France,

- **plus de 6 millions de personnes souffrent d'acouphènes,**
- **plus de 2 millions les trouvent agressifs,**
- **400 000 les jugent intolérables et les vivent comme un véritable handicap.**
- **56 % de patients améliorés avec les stimulations électro acoustiques.**

***Source : France Acouphènes**

HARVEY B. ABRAMS, UN SPÉCIALISTE DES ACOUPHÈNES

Originaire de Brooklyn, NY, Abrams a obtenu son baccalauréat à l'Université George Washington et son doctorat à l'Université de Floride. Chef adjoint du personnel de la recherche et du développement VA Healthcare, Bay Pines, en Floride, directeur de recherche au Centre d'audiologie et orthophonie, Walter Reed Army Medical Center, chef de l'audiologie et d'orthophonie VA Healthcare, Bay Pines, Il a occupé des postes universitaires à l'Université de Floride du Sud, l'Université du Maryland, l'Université Salus, et l'Université de Floride. Il a joué un rôle de premier plan dans des organisations comme l'American Academy of Audiology et l'American Speech-Language-Hearing Association, participe en tant que membre et présidant de nombreux comités et groupes de travail.

Depuis 2010, il dirige le département de recherche d'audiologie au sein de la division de recherche à Starkey à Eden Prairie, Minnesota. Harvey B. Abrams est bien connu au sein de la communauté audiologie pour ses nombreux écrits, articles et livres sur l'efficacité du traitement et l'amélioration de la qualité de vie des patients, ce qui correspond parfaitement à la mission que nous nous sommes fixée.

ACTU&BRÈVES

HIE : UN ÉVÉNEMENT D'EXCEPTION À LAS VEGAS

En janvier dernier, le « Hearing Innovation Expo » a, en réunissant plus de 3200 professionnels venus de 27 pays, dont près d'une cinquantaine de Français, été un grand succès.

Cette manifestation, la seconde du genre, organisée tous les deux ans par les Laboratoires Starkey, leader mondial en santé auditive, est l'un des événements les plus importants pour l'industrie des soins auditifs. Conçue pour fournir du contenu et des idées novatrices utilisables de suite par les audioprothésistes, elle a atteint son but avec, à son programme, plus de 45 cours traitant de sujets innovants, de la technologie, des tendances. Tout au long de ces trois jours, ouverts par le PDG de Starkey, Jerry Ruzicka, sont intervenus de nombreux orateurs venant d'horizons différents qui ont, pour certains, partagé leur expérience sur des thèmes qui leur tenaient à cœur, pour d'autres, présenté leur domaine d'expertise. Mary Furlong, experte reconnue de la génération du baby boom a, par exemple, apporté des informations sur cette catégorie complexe de la population afin que les audioprothésistes la comprenne mieux pour mieux la servir.

L'idée de ce congrès est de donner de réelles pistes sur ce qui se fera dans dix, quinze, voire vingt 20 ans et d'imaginer, de réfléchir à l'évolution des pratiques. C'est ainsi que, durant trois jours intenses, les professionnels ont assisté à des sessions de travail ou d'information sur des sujets stratégiques concernant à la fois les avancées en matière d'audiologie, la recherche et le développement, mais également des sujets de prospective marketing, managériale ou sociologique. Aux côtés de Bill Austin, fondateur de Starkey et des directeurs des différentes branches de la société, les congressistes ont eu le privilège d'écouter les conseils pertinents de quelques orateurs de renom dont le Président Bill Clinton, Sir Richard Branson, fondateur de Virgin Industries et qui a parlé très chaleureusement de la nécessité de se passionner pour fournir de l'aide aux personnes ayant une perte auditive… Le prochain rendez-vous se déroulera, tout comme cette année, au Cosmopolitan Hotel and Conférence Center de Las Vegas en janvier 2104.

CONGRÈS ORL WASHINGTON

Du 9 au 12 septembre 2012, s'est tenu, à Washington, le congrès annuel de l'American Academy of Otolaryngology, Head and Neck Surgery. Starkey y a invité une cinquantaine d'audioprothésistes français et à organiser avant une visite du laboratoire Starkey de Minneapolis.

Chaque automne, l' « Annual Meeting & OTO EXPO » est l'occasion pour des milliers de médecins, professionnels de la santé, de venir rencontrer les exposants et leurs innovations. Cet événement attire plus de 6.000 experts médicaux et des professionnels du monde entier. Au programme, des ateliers, des présentations, des conférences et cours d'instruction, de mini séminaires, des présentations scientifiques, des conférences honorifiques. Cette année, l'assemblée annuelle de 2012 et OTO EXPO ciblait plus particulièrement la pratique ORL, la chirurgie de la tête et du cou, et la recherche ORL.

Le laboratoire STARKEY de Minneapolis, un moment privilégié

« Les audioprothésistes apprécient de participer à ces congrès, en particulier les congrès internationaux parce qu'ils y trouvent des sujets intéressants, beaucoup de prospectives et de recherches avec des intervenants de grande qualité, explique Éric Van Belleghem, Directeur Marketing de Starkey France. Dans la mesure où un audioprothésiste, s'il ne fait pas partie d'une enseigne ou d'un groupement, aura peut être quelques difficultés à organiser une visite lui-même, Starkey lui propose de le faire ». Washington étant à 2 heures d'avion de Minneapolis, Starkey a programmé, le déplacement à Minneapolis le 6 septembre. Le groupe d'audioprothésistes et d'ORL a pu ainsi visiter le site, découvrir l'ensemble de la gamme d'aides auditives Starkey et en particulier les énormes ressources et investissements nécessaires au développement de technologies et de produits. « Cette visite a été l'occasion pour nous de montrer à quel point nous avons besoin des scientifiques parce que nous sommes dans un domaine ultra technologique ». Cette visite du laboratoire de Minneapolis a aidé les audioprothésistes et les ORL à mieux comprendre la composition du prix d'une aide auditive et donc, essentiellement le prix de la recherche. Sans oublier que visiter une usine, est un moment convivial, l'occasion de tisser des liens et de faire en sorte que le produit ne soit plus anonyme. Après cette visite, le groupe a repris la route en direction de Washington.

LE TANDEM AUDIOPROTHÉSISTE-ORL

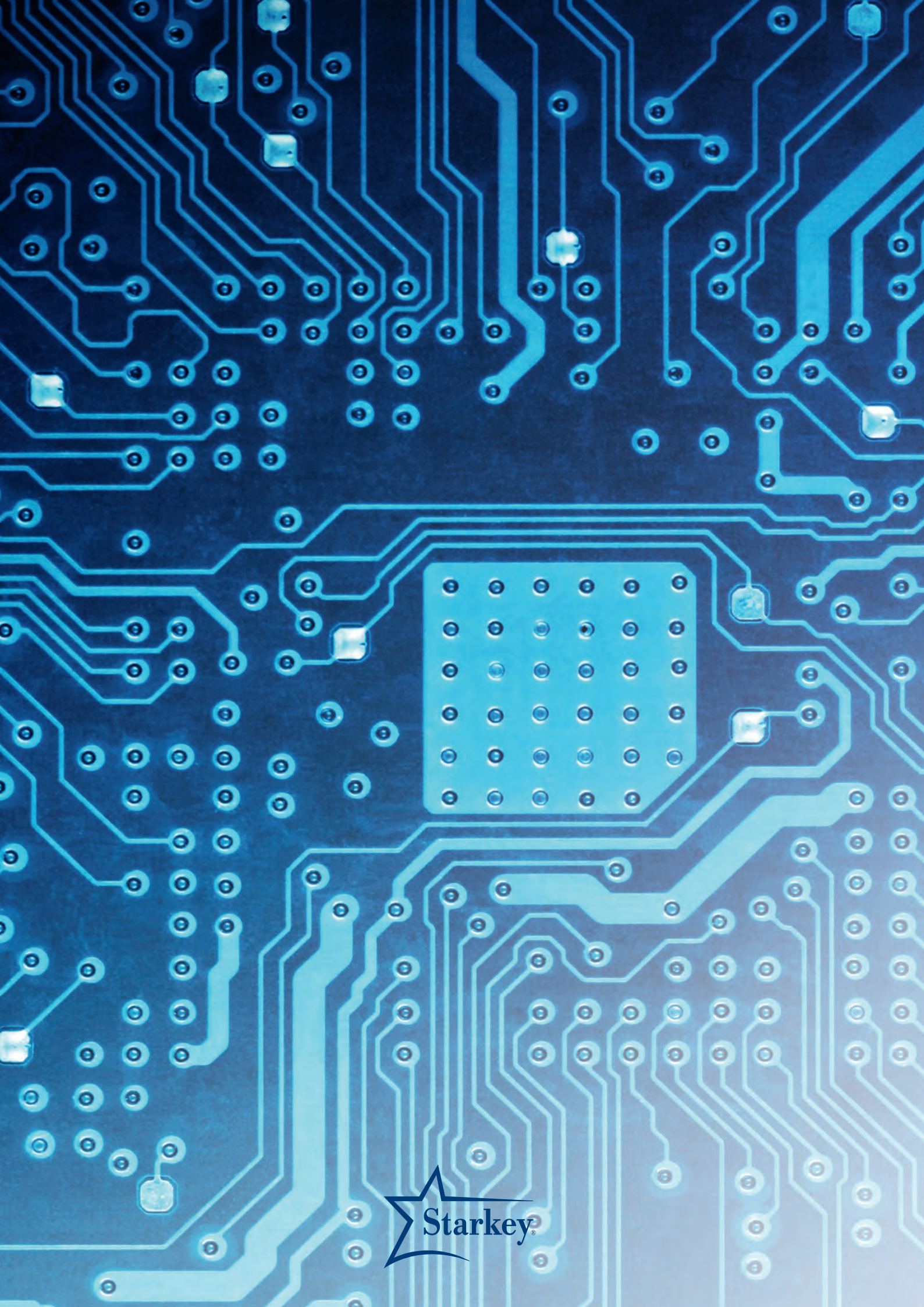
L'étude **Galliléo** réalisée au printemps dernier et à laquelle Starkey était associé, révèle que si les ORL sont généralement assez bien informés sur l'appareillage, la justification du coût de la prestation des audioprothésistes reste, pour eux, un point incompris.

L'étude Galliléo* qui a analysé les rapports Audioprothésistes-ORL, montre qu'ils sont essentiels dans le développement de l'appareillage. L'ORL est en effet, prescripteur et donc premier levier de croissance de ce marché, il est consulté dans les deux tiers des cas avant l'audioprothésiste, et acteur clé du développement de l'activité des audioprothésistes. Il a donc un rôle majeur dans le choix de l'audioprothésiste (46 % des ORL recommandent systématiquement le même audioprothésiste avec lequel ils travaillent régulièrement) mais surtout une influence indiscutable auprès du patient, dans sa décision à s'appareiller. Or, sur les 91 patients reçus en moyenne par un ORL et par semaine, seuls neuf d'entre eux sont redirigés vers un audioprothésiste. Serait mis en cause, non pas le coût de l'appareillage, les ORL le connaissent, mais celui de la prestation des services proposés par les audioprothésistes et qui resterait incompris des ORL.

Une prestation à la hauteur

Toujours selon l'étude Gallileo, la justification du coût de la prestation des audioprothésistes est un enjeu clé pour eux dans leur relation avec les ORL : seuls 3 % de ces derniers se disent satisfaits du coût de l'appareillage, 30 % sont neutres et 68 % se déclarent « insatisfaits » ! Les audioprothésistes doivent par conséquent travailler à améliorer la connaissance qu'ont leurs prescripteurs. Expliquer leur travail revient à insister sur le confort qu'ils offrent à leurs clients tout au long de leur vie auditive parce qu'à partir du moment où un patient s'appareille, il doit pouvoir retourner chez son audioprothésiste au moindre problème, à la plus petite question, à n'importe quel moment, aussi souvent qu'il le souhaite, pour pouvoir procéder à des révisions. Certains auront besoin, pour une bonne adaptation de l'appareillage, de plusieurs visites et donc de plusieurs heures, d'autres, moins. Sans oublier que ce travail d'accompagnement de ce technicien de santé comprend une dimension psychologique primordiale en particulier dans le déclenchement de l'envie du patient à s'appareiller.

**Gallileo Business Consulting, étude «les ORLs et la filière de l'appareillage auditif : Attentes, opinions, pratiques, image et satisfaction» réalisée auprès de 234 ORLs. 2012.*


Starkey